

White ha registrato oltre 18mila visitatori



FIERE

La nuova collezione di Alberto Ciaschini Credits: Courtesy of Alberto Ciaschini

Scritto da **Isabella Naef**
30 minuti fa



Sono stati oltre 18mila i visitatori che hanno partecipato a White Sign of the times, kermesse che è andata in scena dal 22 al 25 febbraio in zona Tortona, a Milano. In leggero calo l'Italia e in aumento del 10 per cento l'estero. White Village ha registrato 6mila visitatori.

Tra i buyer nazionali e internazionali, hanno visitato il salone anche Bloomingdale's, Lost & Found, Le Bon Marche, Samaritaine, Emerson Renaldi, Peek & Cloppenburg; Hankyu, Antonioli, Bernardelli, Biffi, Franz Kraller, La Rinascente, Penelope, Sugar, Tessabit, Tiziana Fausti.

“Vorrei sottolineare come oggi dopo il periodo Covid il nostro mondo si sia trasformato e le manifestazioni che non hanno saputo cogliere il cambiamento, come la maggior parte di quelle europee, vengano di conseguenza cancellate dal mercato. In Italia oggi per la moda donna è indubbio che a Milano White sia un'eccellenza fieristica di riferimento. I dati di affluenza e di partecipazione dei brand lo dimostrano in modo chiaro. Siamo però solo all'inizio di un percorso che sarà lungo e difficile, fatto di trasformazioni. Di questo noi e le istituzioni dobbiamo prenderne seria consapevolezza, per aiutare il settore in un momento così difficile”, ha sottolineato Massimiliano Bizzi, presidente e fondatore di White.



Un'immagine del salone che si è appena concluso a Milano Credits: White

Circa 300 marchi (40 per cento internazionali, 60 per cento italiani) che hanno presentato in anteprima le collezioni prêt-à-porter dedicate alla stagione autunno inverno 24-25.

Alberto Ciaschini tra i marchi del progetto Secret rooms

Interessante il progetto Secret rooms. Cinque stanze nascoste a cui si accedeva attraversando altrettanti corridoi specchiati che risvegliavano e stimolavano lo sguardo, preparando il visitatore alla scoperta delle collezioni di talentuosi designer hanno proposto: Prototype:Am, Yangkehan, Samanta Virginio, Miaoran e Alberto Ciaschini. Quest'ultimo, originario delle Marche, ha iniziato il suo percorso formativo con un master in Fashion design alla Marangoni di Milano, per poi sviluppare le proprie competenze stilistiche presso diverse realtà del panorama del lusso tra cui Costume National, Loewe, Giorgio Armani, Trussardi, Hugo Boss, alternando il tecnicismo minuzioso dell'ideazione e della manifattura della scarpa alla creazione di borse e piccoli accessori coordinati.

Durante gli anni trascorsi da Alberto Guardiani lo stilista ha raggiunto l'intuizione più significativa della sua carriera, modellando per un brand notoriamente maschile la décolleté con il tacco rossetto indossata a più riprese da icone di stile Katy Perry e Lana del Rey. A White Ciaschini ha presentato la nuova linea di calzature Smoking hot, interamente made in Italy, dove infonde la sapienza artigianale della tradizione calzaturiera italiana in una trama non convenzionale. "Il tacco a sigaretta racchiude il glamour e il carattere delle donne moderne, esprimendo la loro forza, esuberanza e la meravigliosa solidità che si accompagna sempre a una certa dose di leggerezza e ironia pop", ha spiegato lo stilista a FashionUnited.

I modelli sono realizzati artigianalmente in Italia e disponibili attraverso un servizio made to order che prevede la possibilità di selezionare il pellame preferito. In collezione non mancano i “must have” del brand, décolleté e sandali nei classici colori, come il nero e il nude declinati in materiali lussuosi, dal raso al suede, e nei simboli di audacia, ironia e trasgressione, come la vernice.

“Mai come in questa edizione, il connubio contenuto-contenitore è stato perfettamente rappresentato. Il contenuto, dato dal brand mix delle collezioni presentate, ha espresso chiaramente la voglia di White di osare, di raccontare emozioni e lanciare messaggi. Lo ha fatto senza timore, selezionando esclusivamente collezioni che rappresentano il nostro Dna e tralasciando scelte più scontate che favoriscono un mercato apparentemente più allettante”, ha affermato Simona Severini, general manager di White.

Vuscichè ha presentato i suoi capi cuciti usando tessuti antichi

Nel basement del salone, hanno trovato il proprio spazio le collezioni più avant-garde. In questa cantina spoglia e dai dettagli grezzi, accanto all'abbigliamento femminile realizzato in pelle a taglio vivo di Vandervilt, con il suo mood cupo che accenna all'avanguardia dark, anche le creazioni del marchio Vuscichè con i suoi capi broccati, cuciti usando tessuti antichi recuperati e mescolando lo stile contemporaneo con elementi grunge.

La collezione FW 24-25 di Vuscichè

La collezione FW 24-25 di Vuscichè Credits: Courtesy of Vuscichè

La collezione realizzata dal direttore creativo Diana Eugeni Le Quesne è stata battezzata Appaloosa. "Un viaggio selvaggio attraverso i confini dell'oscurità, dell'animalità e della selvatichezza, ispirato allo spirito ardente e impetuoso di un cavallo nobile", ha raccontato a FashionUnited, Diana Eugeni Le Quesne.

Gessati di lana maschile con lane rigenerate abruzzesi, tela fredda in lana rubata agli anni '40, lana di pecora con mohair e fili a lunghe ciglia di poliammide contraddistinguono la proposta per la prossima stagione autunno inverno.

Il team di White, diretto da Simona Severini, ha selezionato brand capaci di portare un'offerta interessante in grado di incontrare il gusto del pubblico e del mercato. Tra questi anche il marchio di borse Gabs che ha archiviato il 2023 con un fatturato di circa 10 milioni.

A White il marchio ha presentato la nuova linea di borse Gabs Pop, con cui Gabs intende trasformare il concetto di borsa in un'opera d'arte, abbracciando un nuovo stile pop, semplice, fresco e, allo stesso tempo, inaspettato. In collezione anche il modello punta G3 Pop, proposto in versione large, medium e small, il modello Brigitta e il modello Beyonce.

La kermesse fondata da Massimiliano Bizzi ha messo a punto una collaborazione con Kfashion82, piattaforma coreana business to business gestita dal department store Shinsegae. Sei designer hanno presentato al salone le proprie collezioni: Ryu Classic, Jiminlee, Liberadd, Hannah Shin, Mng.G e Kimoui.

“Siamo davvero soddisfatti del risultato dell'edizione appena conclusa i cui numeri di affluenza attestano ancora una volta la solidità del nostro evento, nonostante l'inevitabile cambiamento in atto del settore. White è dunque il salone internazionale di riferimento per le piccole e medie imprese e anche per le realtà più strutturate, un hub di incontro per i buyer e la press che vi approdano ogni stagione da tutto il mondo per selezionare le migliori proposte dal nostro brand mix”, ha concluso Brenda Bellei, ceo di M.Seventy-White.

La collezione Gabs presentata a White

La collezione Gabs presentata a White Credits: Courtesy of White

La nuova collezione di Alberto Ciaschini

La nuova collezione di Alberto Ciaschini Credits: Courtesy of Alberto Ciaschini

[Alberto Ciaschini](#) [gabs](#) [massimiliano bizzi](#) [Trends](#) [Vuscichè](#) [White Milano](#)



MARKETPLACE



Codello

BUY NOW



Codello

BUY NOW



Nike

BUY NOW



Perry Ellis

BUY NOW



CALIDA

BUY NOW



CALIDA

BUY NOW

